

# 2016-2022年中国移动游戏市场深度调查及投资方向研究报告

报告大纲

## 一、报告简介

华经情报网发布的《2016-2022年中国移动游戏市场深度调查及投资方向研究报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.huaon.com/detail/282384.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

## 二、报告目录及图表目录

2015年移动游戏市场规模相对2014年增长超过100%，大幅超过预期。推动游戏行业规模突破1400亿。中国网络游戏市场规模继续上升，主要得益于三个方面：1、从硬件上看，光纤网络和移动4G网络的全面普及为网络游戏的发展提供了良好的硬件设施；2、从需求上看，人民生活水平快速提升，人们对娱乐的需求越来越重；3、从企业经营来看，创新型的商业模式与运营模式为行业带来更多渠道。

### 2011-2018年中国网络游戏市场规模

移动游戏份额增长至39.2%，端游份额自2016年跌落50%以下，移动游戏成为推动网络游戏行业增长的主要动力。预计整个市场会在2016年出现拐点，移动市场份额将首次超过端游，成为最大的细分市场。

### 2011-2018年中国网络游戏产业细分

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

#### 第1章：网络游戏行业发展背景

##### 1.1 网络游戏定义与分类

###### 1.1.1 网络游戏行业定义

###### 1.1.2 网络游戏行业分类

##### 1.2 网络游戏行业产业链分析

###### 1.2.1 网络游戏产业链结构

###### 1.2.2 网络游戏产业链组成

(1) 游戏开发商

(2) 游戏运营商

(3) 游戏销售商

(4) 游戏用户

(5) 辅链组成

###### 1.2.3 网络游戏产业链分析

(1) 辐射包容能力

(2) 产业链各环节的关系

### 1.3 网络游戏行业发展环境

#### 1.3.1 行业宏观环境分析

(1) 行业政策环境

(2) 行业经济环境

(3) 行业社会环境

(4) 行业技术环境

#### 1.3.2 行业竞争环境分析

(1) 现有企业的竞争

(2) 潜在进入者威胁

(3) 供应商议价能力

(4) 下游客户议价能力

(5) 替代品威胁

(6) 竞争情况总结

## 第2章：网络游戏行业发展分析

### 2.1 中国网络游戏行业发展现状分析

#### 2.1.1 网络游戏行业发展阶段

#### 2.1.2 网络游戏行业市场规模

(1) 网游行业营收规模

(2) 网游行业用户规模

#### 2.1.3 网络游戏行业供应情况

(1) 网游行业企业数量

(2) 网游产品推出数量

(3) 国产网游数量规模

#### 2.1.4 网络游戏行业出口情况

(1) 网游行业出口规模

(2) 网游行业出口模式

(3) 网游行业出口格局

#### 2.1.5 网络游戏辐射带动效应

### 2.2 移动游戏行业发展现状分析

#### 2.2.1 移动游戏行业界定

#### 2.2.2 移动游戏产业链分析

(1) 移动终端设备制造商

(2) 移动游戏开发与发行商

- (3) 移动游戏独立运营商
- (4) 移动游戏平台运营商
- (5) 移动游戏分发渠道商

### 2.2.3 移动游戏市场规模

- (1) 移动游戏企业数量
- (2) 移动游戏推出数量
- (3) 移动游戏用户数量
- (4) 移动游戏收入规模

2015年中国移动游戏市场规模约562亿，增长率再创新高，超过100%。增长迅猛的主要原因之一在于以网易为代表的传统端游企业大规模进军手游市场，推出了如《梦幻西游》这类端游IP的移动端产品，深受玩家欢迎。之二，长通勤时间和快生活节奏使得玩家对游戏移动化的需求加深。

### 2011-2018年中国移动游戏市场规模

中国移动游戏各渠道占比中，Android依旧独占鳌头，接近iOS渠道流水的两倍。其中，硬件厂商和运营商的占比逐渐扩大。“如果把手机当做一个航母的话，应用商店就是航母的重要引擎。”中兴终端人士的这句话一定程度上代表了现在大多数硬件厂商对应用商店的态度。相比百度手机助手、应用宝等第三方应用商店，手机厂商的优势在于可以在自家硬件上预装应用商店，手机出货量保障了用户来源，极大的降低了营销成本。同样的，运营商们也可以通过合约机、定制机等方式，将线下流量转化为线上流量。

### 2015年中国移动游戏各渠道流水占比

### 2015年游戏用户游戏偏好分布

#### 2.2.4 移动游戏细分市场

- (1) 移动单机游戏市场
- (2) 移动网络游戏市场

#### 2.2.5 移动游戏用户行为

- (1) 移动游戏用户基本属性
- (2) 移动游戏用户参与移动游戏情况
- (3) 移动单机游戏用户行为
- (4) 移动网络游戏用户行为

### 2.3 移动游戏行业发展前景分析

#### 2.3.1 2012-2016年网游行业预测

- (1) 网游行业前景预测

- (2) 端游行业前景预测
- (3) 页游行业前景预测
- (4) 移动游戏行业前景预测

### 2.3.2 2012-2015年网游出口预测

- (1) 网游海外市场特征
- (2) 网游出口驱动因素
- (3) 网游出口阻碍因素
- (4) 网游出口前景预测

## 第3章：网络游戏商业模式变革趋势与投资机会分析

### 3.1 网络游戏行业发展趋势分析

#### 3.1.1 网络游戏大行业发展趋势

- (1) 跨平台发展
- (2) 产业链融合明显
- (3) 游戏种类日趋多元
- (4) 跨领域竞争与合作
- (5) “微创新”成重要推动模式
- (6) 健康、绿色游戏是未来方向

#### 3.1.2 网络游戏细分市场发展趋势

- (1) 客户端游戏发展趋势
- (2) 网页游戏发展趋势
- (3) 移动游戏发展趋势

### 3.2 网络游戏行业发展机会与挑战分析

#### 3.2.1 网络游戏行业有利与不利因素分析

- (1) 行业有利因素分析
- (2) 行业不利因素分析

#### 3.2.2 网络游戏行业机会与挑战分析

- (1) 行业机会分析
- (2) 行业挑战分析

### 3.3 网络游戏行业投资机会与风险

#### 3.3.1 网络游戏行业投资价值分析

#### 3.3.2 2012年行业投资情况

- (1) 网游行业投资规模
- (2) 网游行业投资特点
- (3) 网游行业投资热点

### 3.3.3 未来几年网游行业投资预测

- (1) 外围企业进入网游市场
- (2) “国家队”进入网游市场

### 3.3.4 网络游戏行业投资机会分析

- (1) 中小规模网络游戏开发商
- (2) 综合或垂直网络游戏运营平台商
- (3) 虚拟货币交易平台商
- (4) 与网络游戏相关的行业服务提供商

### 3.3.5 网络游戏行业投资风险提示

- (1) 政策风险
- (2) 行业风险

### 3.3.6 网络游戏行业投资建议

- (1) 投资时机的选择
- (2) 投资方式及领域
- (3) 需要注意的问题

### 图表目录：

图表1：网络游戏分类

图表2：网络游戏分类（按游戏方式分）

图表3：网络游戏研发运营方式

图表4：端游、页游与移动游戏研发运营方式比较

图表5：端游、页游与移动游戏用户偏好比较

图表6：中国网络游戏产业链图

图表7：网络游戏政策法规分类

图表8：网络游戏监管政策

图表9：2010-2012年中国国内生产总值分季度同比增长速度（单位：%）

图表10：2006-2012年城镇居民可支配收入（单位：元）

图表11：2006-2012年农村居民人均纯收入（单位：元）

图表12：2008-2012年我国网民规模与互联网普及率（单位：万人，%）

图表13：2008-2012年我国手机网民规模及占网民比例

图表14：2009-2012年使用各类终端上网的网民规模变化趋势

图表15：客户端网络游戏研发从业人数（单位：万人，%）

图表16：网游行业现有企业的竞争分析

图表17：网游行业潜在进入者威胁分析

图表18：网游开发商议价能力分析

图表19：网游行业玩家议价能力分析

图表20：网游行业替代品威胁分析

图表21：网游行业五力分析结论

图表22：中国网络游戏发展阶段

图表23：2003-2012年中国网络游戏市场规模增长趋势（单位：亿元，%）

图表24：2010-2012年我国网络游戏用户规模（单位：亿人）

图表25：2010-2012年我国国产自主研发游戏数量（单位：款）

图表26：2006-2009年中国网络游戏出口增长趋势（单位：百万美元，%）

图表27：中国与韩国网络游戏出口规模比较分析（单位：亿元，%）

图表28：中国网游厂商出口业务市场份额

图表29：网络游戏对相关产业的贡献（单位：亿元）

图表30：2007-2012年中国移动游戏收入规模（单位：亿元，%）

图表31：中国移动游戏收入结构（单位：亿元，%）

图表32：移动游戏用户性别比例

图表33：移动游戏用户年龄分布

图表34：移动游戏用户地区（省份）分布

图表35：移动游戏用户地域分布

图表36：移动游戏用户学历分布

图表37：移动游戏用户收入分布

图表38：移动游戏用户职业分布

图表39：移动游戏用户常用上网方式

图表40：移动游戏用户月度流量使用情况

图表41：移动游戏用户月度流量费用

图表42：移动游戏用户包月流量使用周期

图表43：移动游戏用户游戏开发商品牌关注度

图表44：移动游戏用户游戏时间分布

图表45：移动游戏用户游戏地点分布

图表46：移动游戏用户游戏类型偏好

图表47：移动游戏用户（iOS）游戏类型偏好

图表48：移动单机游戏用户周平均下载量情况分布

图表49：移动单机游戏用户每日用于游戏的时间分析

图表50：移动单机游戏用户每次游戏时长分析

图表51：移动单机游戏用户付费分布情况

图表52：移动单机游戏用户拒绝付费原因分析

图表53：移动单机游戏用户月均付费额度分析

图表54：移动单机游戏用户周度下载付费游戏数量

图表55：移动单机游戏用户单款游戏付费额分析

图表56：移动单机游戏用户计费模式认可度分析

图表57：移动单机游戏用户付费方式选择分析

图表58：移动游戏用户内嵌广告接受度

图表59：移动游戏用户对内嵌广告内容的偏好

图表60：移动网络游戏用户喜爱的手机网游题材

图表61：移动网络游戏用户终端平台接受网游差异对比

图表62：移动网络游戏用户参与游戏的原因分析

图表63：移动网络游戏用户不玩手机网游原因分析

图表64：移动网络游戏用户放弃一款网游的原因分析

图表65：移动网络游戏用户玩一款网游持续时间

图表66：移动网络游戏用户每日玩网游时长

图表67：移动网络游戏用户玩一款网游持续时间

图表68：移动网络游戏用户最感兴趣的网游功能

图表69：移动网络游戏用户喜爱的在线活动

图表70：移动网络游戏用户喜爱的互动方式

图表71：移动网络游戏用户付费额度分析

图表72：移动网络游戏用户支付方式分析

图表73：移动网络游戏用户客服满意度分析

图表74：2012-2016年我国网络游戏行业规模预测（单位：亿元，%）

图表75：2012-2016年我国客户端网络游戏行业规模预测（单位：亿元，%）

图表76：2012-2016年我国页游戏行业规模预测（单位：亿元，%）

图表77：2012-2016年我国手机移动游戏行业规模预测（单位：亿元，%）

图表78：中国网络游戏行业有利因素分析

图表79：中国网络游戏行业不利因素分析

图表80：中国网络游戏行业机会分析

图表81：中国网络游戏行业威胁分析

图表82：2004-2012年中国网络游戏行业投资规模（单位：起，百万美元）

图表83：2004-2012年中国网络游戏市场投资热点地区分析（单位：起，百万美元，%）

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/282384.html>